

Hintergrund

Vorne Hui, hinten ... - Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen wecken falsche Verbrauchererwartungen

Eine erste Auswertung der Produktmeldungen

Einen Widerspruch zwischen Vorder- und Rückseite auf der Verpackung: Das musste die Redaktion von lebensmittelklarheit.de bei den eingesandten Beschwerden am häufigsten feststellen. Bei 62 Produkten aus den Bereichen „Getäuscht“ und „Geändert“ war das der Fall. Insgesamt sind bisher 72 Produkte eingestellt, die sich auf 90 Verbraucherbeschwerden beziehen. Selbst bei den lebensmittelrechtlich korrekt gekennzeichneten Lebensmitteln besteht Handlungsbedarf – damit die Verbraucher nicht weiterhin getäuscht werden.

Große Abbildungen von Nüssen oder Früchten und Honig als leckerer Zusatz: Die Versprechungen auf den gemeldeten Lebensmittelverpackungen sind immer groß. Gehalten werden sie jedoch selten. Bei 34 Produkten, das sind mehr als die Hälfte der Produkte aus den Rubriken „Getäuscht“ oder „Geändert“ auf lebensmittelklarheit.de, besteht ein großer Unterschied zwischen Vorder- und Rückseite der Verpackung: Vorne sind leckere und nahrhafte Zutaten abgebildet. Erst beim Drehen und Wenden der Verpackung und genauem Studieren der Zutatenliste fällt dem Verbraucher auf, dass die beworbenen Zutaten nur in kleinen oder winzigen Mengen zu finden sind – wenn überhaupt.

Hefeextrakt in den „Heringen nach Hausfrauenart“

„Mit Honig“ zum Beispiel hat bei einem Produkt exakt 0,18 Prozent Honiganteil bedeutet. Die Heringe „nach Hausfrauenart“ haben Konservierungsstoffe, Hefeextrakt oder Säuerungsmittel enthalten. Eine „Hausfrau“ würde diese Stoffe wohl nicht verwenden. Und die versprochene „Sahne“ ist bei einem Produkt schlichtweg Butter gewesen. Die Bilder und Schriften auf der Vorderseite wecken Erwartungen des Verbrauchers, erfüllt werden sie jedoch nicht immer.

„Ohne Zusatzstoff...“ wird den Verbraucher von vielen Produkten suggeriert. 15 Produkte mit dieser Aufmachung wurden auf lebensmittelklarheit.de eingestellt. Der häufigste Fall: Wenn „Ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker“ auf der Verpackung steht, wurden die Geschmacksverstärker durch Hefeextrakt ersetzt – eine Zutat mit derselben Wirkung. Die Verbraucher haben in diesem Bereich vor allem Chips, Fertigsuppen und –soßen gemeldet. Oft werben diese Produkte zusätzlich mit Natürlichkeit. Aber letztendlich enthal-

ten sie doch Geschmacksverstärker. Die Unterscheidung zwischen der Zutat „glutamathaltigem Hefeextrakt“ und dem Zusatzstoff „Geschmacksverstärker“ macht nur die Industrie, der Verbraucher jedoch nicht. Daher fühlen sich viele Verbraucher von dieser Aufmachung getäuscht. Dasselbe Prinzip auch bei Konservierungsstoffen: Oftmals sind konservierende Hilfsmittel wie Pflanzenextrakt oder Antioxidationsmittel in den Lebensmitteln, obwohl „ohne Konservierungsstoffe“ drauf steht.

Natriumsulfit seit 1846?

Eine andere Methode, von der sich Verbraucher getäuscht fühlen, ist die Werbung mit einer natürlichen Verarbeitung oder einer regionalen Herkunft. Insgesamt sieben Produkte aus dieser Kategorie sind auf lebensmittelklarheit.de zu finden. Beispiele: Bei einem bekannten Salatdressing oder einer Milch erfährt der Verbraucher nicht, für was die Herkunftshinweise in den Namen der Produkte stehen. So gibt es zum einen den Hinweis auf eine bekannte Urlaubsinsel oder aber auf eine bestimmte Region, die aber viele Kilometer vom Abfüllungsort der Milch entfernt liegt. Der Sahne Meerrettich, mit Originalrezeptur aus dem Jahr 1846, enthält Guarkernmehl, modifizierte Stärke, Natriumsulfit und natürliches Aroma. Verbraucher, die sich nicht hinter Licht führen lassen, haben starke Zweifel, dass diese Bestandteile der modernen Lebensmitteltechnologie bereits 1846 eingesetzt wurden.

Sieben Mal haben die Verbraucherschützer die täuschenden Produktaufmachungen als so gravierend beurteilt, dass sie die Anbieter abgemahnt haben. Vier Anbieter haben sich bisher einsichtig gezeigt und die Unterlassungserklärungen unterschrieben. Ein Produkt wurde vom Markt genommen. In zwei Fällen wurde Klage erhoben, die Verfahren sind derzeit allerdings noch nicht beendet.

Etiketten nach Kritik geändert

Es hat aber auch positive Reaktionen der Lebensmittelindustrie gegeben: Bei 19 Produkten haben die Anbieter die Kritik der Verbraucher angenommen und das Etikett geändert. Größere Schrift, lesbares Mindesthaltbarkeitsdatum oder das Weglassen der Aufschrift „Ohne Geschmacksverstärker“ machen die Produktkennzeichnung nun transparenter. Auch für die Verbraucherzentrale war dies eine überraschend große Zahl einsichtiger Anbieter.

Auch Produkte, die z.B. nach den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuches korrekt gekennzeichnet sind, wurden teilweise von den Verbrauchern als irreführend empfunden. Insgesamt zehn Lebensmittel stehen deshalb in der Rubrik „Erlaubt“ auf lebensmittelklarheit.de. Kalbswiener, Bayerischer Leberkäse, aromatisierter Früchtetee und Zitronenlimonade sind laut

Lebensmittelbuch klar definiert. Die eingestellten Beispiele weisen aber darauf hin, dass die Leitsätze an mehreren Stellen ergänzt oder geändert werden sollten, damit Klarheit geschaffen wird. Die begleitende Verbraucherforschung wird hierzu in den nächsten Monaten zusätzliche evidente Hinweise liefern.

Die Kennzeichnungslücke, die den Altenburger Ziegenkäse und das Beispiel Mozzarella betrifft, sollte ebenfalls schnell geschlossen werden. Die jetzige Regelung in der Käseverordnung lässt zu, dass die Angabe der Tierart bei Käse, der aus Kuhmilch hergestellt ist, entfallen kann. Außerdem gibt es Mängel bei der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung: Die Angaben auf der Verpackung sollten den Erwartungen der Verbraucher besser entgegenkommen. Klare Kennzeichnungen wie zum Beispiel „Oliven geschwärzt“ oder „Sahne mit Dichtungsmittel Carragen“ wären empfehlenswert. Auch hierzu wird die begleitende Verbraucherforschung evidente Hinweise liefern, inwieweit die einzelnen Hinweise aus dem Portal verallgemeinerbar sind.

